

## WallDecaux startet programmatische Vermarktung von Digital Out-of-Home

*Außenwerber ermöglicht erstmals automatisierte Ausspielung von Werbeinhalten im öffentlichen Raum*

Berlin, den 30. Januar 2020 – Programmatic Out-of-Home kommt auf die Straße: Das digitale Premium-Inventar des Vermarkters WallDecaux ist ab sofort programmatisch buchbar. Dadurch können Unternehmen ihre Kampagnen künftig flexibler und individueller entlang der Customer Journey steuern und auf Kontaktbasis effizienter und zielgerichteter einkaufen. Dafür stehen in den Innenstädten deutscher Metropolen wie Berlin, Hamburg, Köln und München über 650 hochfrequente, reichweitenstarke Screens zur Verfügung, die pro Woche bis zu 50 Mio. Impressions liefern. Zur Premiere konnte WallDecaux prominente Werbepartner wie Facebook, Blizzard Entertainment und die Lufthansa gewinnen.

„Werbungtreibende und Agenturen können bei uns jetzt programmatisch und damit noch effizienter Reichweite buchen“, so Jonas Kofahl, Director Digital & Innovate bei WallDecaux. „Das ist die logische und konsequente Weiterentwicklung unserer Digitalstrategie, mit der wir Premium Digital-Out-of-Home auf die Straße bringen und medienübergreifend planbar machen.“

Möglich macht dies die globale Supply Side Plattform VIOOH, ein offener, unabhängiger Marktplatz für Out-of-Home, der mit Hilfe von Daten und Technologie Marken mit den richtigen Zielgruppen verbindet. Das digitale Inventar von WallDecaux ist ab sofort auf mehr als 15 DSPs verfügbar, unter anderem auf Active Agent, Adform, MediaMath, Splicky, TabMo, The Trade Desk und Xandr.

WallDecaux treibt damit eines der Wachstumssegmente im digitalen Marketing voran. Experten sehen für 2020 den Durchbruch im Bereich Programmatic OOH und prognostizieren eine Verdopplung der Spendings in diesem Jahr.

**Pressekontakt:**

MAYR PR  
Markus Mayr  
+49-1512-1141977  
markus@mayr-pr.de  
[www.mayr-pr.de](http://www.mayr-pr.de)

c/o Wall GmbH  
Frauke Bank  
+49 (0) 30 33899381  
frauke.bank@wall.de